

Manager relation client

RNCP36530 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 326
Formacode(s)	34076, 34052, 31025
Code(s) ROME	M1403, M1704, M1705, M1805, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/06/2022
Date d'échéance	01/06/2027

Certificateur(s)

NEOMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 83429535400015

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
NEOMA BUSINESS SCHOOL	83429535400015	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'optimisation de la relation client est devenue une préoccupation majeure des entreprises. Le management de la relation client a considérablement évolué sous l'effet des innovations technologiques. La digitalisation de l'économie et des canaux de contact a, de fait, transformé le métier de la relation client en lui apportant (ou en y ajoutant) une dimension très technique de gestion des données massives de la relation client. Le métier comporte aujourd'hui trois dimensions : une compétence technique, une compétence marketing et une compétence commerciale visant à atteindre des objectifs de satisfaction et de fidélisation des clients.

Le Manager Relation Client conçoit et conduit, au sein d'un service qu'il supervise, la stratégie relation client en adéquation avec la stratégie de l'entreprise et plus particulièrement avec la stratégie commerciale et marketing. Il est chargé de mettre en place et de superviser des process, outils et moyens pour développer la connaissance des clients de l'entreprise afin d'améliorer leur satisfaction et donc leur fidélisation. Pour cela, il utilise les informations issues du trafic web, données client et les bases de données relationnelles sur les sites et les applications, en temps réel dans un but de projection. Il contribue également au développement et à la promotion des offres de services, en prenant en compte la multiplication des canaux de vente et de communication avec les clients ou prospects, et notamment tous les supports digitaux. Il est responsable du suivi des évolutions réglementaires sur la protection des données de la relation client (RGPD).

Il assure le suivi opérationnel des projets (on-line, off-line et mobile), et adapte les offres clients en temps réel grâce à l'analyse des données « big data » en continu ce qui permet de mettre en évidence leurs attentes. Il est chargé de mettre en place des indicateurs de performance, d'en assurer l'analyse et de faire des reportings à la Direction. Il développe la culture client au sein de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

Développer une stratégie marketing centrée client dans un environnement piloté par la donnée

- Réalisation d'une veille métier (collecte, analyse etc.).

- Identification des canaux de contacts et des données clients.
- Définition d'une stratégie de marketing de la relation client.
- Définition des méthodes et des outils de traitement de l'information.
- Communication de la stratégie marketing client.

Analyser les données massives pour suivre la mise en place de la stratégie marketing centrée client.

- Identification des données à collecter pour le suivi des différents types de parcours client.
- Extraction, uniformisation et structuration des données clients.
- Analyse des données clients massives (Big data) permettant de capturer les usages des consommateurs.
- Présentation des indicateurs de la relation client y compris ceux issus des analyses prédictives.
- Présentation des recommandation marketing relation client.

Conquérir et/ou fidéliser le client par le biais d'un outil CRM

- Conception des bases de données CRM.
- Analyses statistiques des données CRM.
- Identification de segmentation client.
- Optimisation de ciblage d'une campagne marketing de CRM et/ou les outils de référencement web.

Concevoir des outils de visualisation de la performance de la relation client

- Recensement des besoins métiers.
- Formalisation des besoins métiers dans un cahier des charges.
- Sélection des KPIs.
- Elaboration des tableaux de bord.

Gérer les ressources financières et humaines dédiées à la relation client

- Accompagnement des équipes marketing dans la transformation digitale de la relation client.
- Définition et gestion du budget marketing.
- Analyse des résultats financier de la relation client

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1.

Établir une activité de veille marketing et concurrentielle.

C2. Identifier les données nécessaires à collecter dans les différents canaux d'information et de communication (multicanal).

C3. Définir les axes stratégiques d'une culture centrée client.

C4.

Identifier les technologies et solutions applicables permettant de collecter et traiter des données client.

C5. Communiquer une stratégie marketing client intégrant une solution digitale innovante.

C6. Identifier la nature des données du parcours client (web, point de vente etc...).

C7. Utiliser les techniques de requêtage sur la base de données client/ d'analyse du trafic de site web.

C8. Analyser les données du parcours client en utilisant une technique adaptée.

C9. Préparer des indicateurs de la relation client.

C10. Formuler des recommandations marketing en analysant les indicateurs.

C11. Sélectionner les informations et les données relation client à collecter.

C12. . Réaliser une analyse des données en utilisant les outils de traitement statistiques.

C13. Identifier la segmentation client en s'appuyant sur les analyses de données.

C14. Réaliser des campagnes marketing via l'outil CRM et/ou utiliser des outils de référencement web.

C15.

Identifier les besoins métiers en matière de business intelligence, en collaborant avec les équipes marketing et en réalisant un benchmark concurrentiel.

C16.

Recenser les données sources qui seront formalisées dans un cahier des charges.

C17. Définir les indicateurs de performances (KPI) à suivre à l'intérieur du tableau de bord.

C18.

Concevoir les tableaux de bords dynamiques en utilisant des dispositifs de visualisation des données (Data Visualisation).

C19. Mettre en place un management d'équipe inclusif et agile.

C20. Piloter le budget marketing dédié à la

relation client.

C21. Analyser les indicateurs financiers liés à la gestion de la relation client.

Blocs de compétences

RNCP36530BC01 — Développer une stratégie marketing centrée client dans un environnement piloté par la donnée

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Établir une activité de veille marketing et concurrentielle systématique en utilisant une méthodologie d'analyse externe pour mettre en lumière les opportunités et menaces de l'offre client.
- C2. Identifier les données nécessaires à collecter dans les différents canaux d'information et de communication (multicanal) pour une prise de décision stratégique.
- C3. Définir les axes stratégiques d'une culture centrée client en s'appuyant sur la donnée au sein de l'entreprise pour une création de valeur mutuelle.
- C4. Identifier les technologies et solutions applicables permettant de collecter et traiter des données client structurées ou non structurées en intégrant les enjeux éthiques, légaux et sécuritaires du traitement de la donnée RGPD afin de concevoir une stratégie innovante et créatrice de valeur.
- C5. Communiquer une stratégie marketing client intégrant une solution digitale innovante afin de convaincre les instances décisionnelles de sa mise en place.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité 1 : Rapport écrit portant sur la réalisation d'un business plan de lancement d'une offre entièrement numérisée :

Ce rapport doit comprendre :

- la description des attentes et les besoins client,
- une étude du positionnement et des enjeux stratégiques s'appuyant sur une veille documentaire,
- la définition des données à collecter,
- la proposition de solution,
- le « Business Model » - modèle d'affaires.

Modalité 2 : Présentation orale d'une stratégie numérique.

Modalité 3 : Dans le cadre d'une étude de cas portant sur la transformation digitale d'une entreprise, le candidat rédige un rapport en respectant la méthodologie d'analyse, de visualisation et de modélisation des données du Data Science Process.

RNCP36530BC02 — Analyser les données massives pour suivre la mise en place de la stratégie marketing centrée client.

LISTE DE COMPÉTENCES

- C6. Identifier la nature des données du parcours client (web, point de vente etc...) pour traiter la problématique marketing existante.
- C7. Utiliser les techniques de requêtage sur la base de données client/ d'analyse du trafic de site web, pour disposer des données parcours client.
- C8. Analyser les données du parcours client en utilisant une technique adaptée afin d'identifier les leviers de l'amélioration du parcours client.
- C9. Préparer des indicateurs de la relation client permettant le pilotage de la relation client.
- C10. Formuler des recommandations marketing en analysant les indicateurs afin de permettre la prise de décision.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité 4 : Etude de cas marketing de la relation client

En travail de groupe, sur la base d'une analyse de données :

- Identifier une problématique marketing relation client,
- Extraire et analyser les données,
- Présenter les résultats d'analyses,
- Préparer des recommandations.

Modalité 5 :

Rapport écrit portant sur une analyse des données du trafic de site web

- Mobilisation d'une technique d'analyse d trafic de site web
- Présentation des résultats de l'analyse des données du trafic du site web,
- Définition des indicateurs de performance du parcours client sur le site web,
- Proposition de recommandation marketing.

RNCP36530BC03 — Conquérir et/ou fidéliser le client par le biais d'un outil CRM

LISTE DE COMPÉTENCES

C11. Sélectionner les informations et les données relation client à collecter en utilisant l'outil CRM pour permettre l'analyse de la dynamique client.

C12. Réaliser une analyse des données en utilisant les outils de traitement statistiques afin d'améliorer la connaissance du comportement client.

C13. Identifier la segmentation client en s'appuyant sur les analyses de données afin d'améliorer l'efficacité du parcours client

C14. Réaliser des campagnes marketing via l'outil CRM et/ou utiliser des outils de référencement web afin d'atteindre les objectifs stratégiques du parcours client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité 6 : Etude de cas CRM

Présentant un plan d'action intégrant :

- Une sélection et une analyse des données client,
- Une segmentation client,
- Des actions CRM.

RNCP36530BC04 — Concevoir des outils de visualisation de la performance de la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

C15. Identifier les besoins métiers en matière de business intelligence, en collaborant avec les équipes marketing et en réalisant un benchmark concurrentiel, afin de s'assurer de la collecte des données client nécessaires à la prise de décision.

C16. Recenser les données sources qui seront formalisées dans un cahier des charges pour prioriser les besoins de collecte de données.

C17. Définir les indicateurs de performances (KPI) à suivre à l'intérieur du tableau de bord afin de mesurer l'efficacité des actions marketing mises en place et à venir.

C18. Concevoir les tableaux de bords dynamiques en utilisant des dispositifs de visualisation des données (Data Visualisation) afin de permettre une lecture fluide et optimisée de la performance de la relation client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité 7 : Mise en situation sur un outil de Business Intelligence en réponse à une problématique marketing définie.

Modalité 8 : Etudes de cas

A partir d'un cas concret (Base de données client anonymisée)

- Définir les KPI's qui seront intégré au tableau de bord pour mesurer la performance de la relation client en accord avec les besoins métiers,
- Préparer le tableau de bord,
- Calculer les KPI's intégré au tableau de bord,

Analyse la performance de la relation client à partir du tableau de bord.

RNCP36530BC05 — Gérer les ressources financières et humaines dédiées à la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

C19. Mettre en place un management d'équipe inclusif et agile en prenant en compte des éventuelles situations de handicap:

- En utilisant les techniques de gestion du changement afin de faciliter la transition dans le cadre d'une transformation digitale
- En communiquant avec les collaborateurs de façon persuasive afin de les mobiliser autour du projet de transformation de la culture client.

C20. Piloter le budget marketing dédié à la relation client avec les principaux outils budgétaires afin de contrôler les coûts.

C21. Analyser les indicateurs financiers liés à la gestion de la relation client afin d'optimiser son ROI.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité 9 : Études de cas : En vous inspirant d'un cas réel

- Analyser les transformations d'une organisation liées au changement de système d'information en utilisant une grille d'analyse parmi les quatre ci-dessous :
- la culture organisationnelle,
- la résistance au changement,
- la prise en compte des parties prenantes,
- le changement institutionnel et sociétal.
- Identifier les leviers et les freins au changement.
- Faire des recommandations pour accompagner le changement.
- Préparer des éléments de communication pour mobiliser autour du projet.

Modalité 10 :

Rapport écrit : Construction d'un tableau de bord

- Contrôle de connaissances portant sur les outils budgétaires dédié à la relation client
- Mise en pratique du calcul des indicateurs financiers

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier s'exerce dans toute entreprise disposant d'une fonction Marketing et souhaitant développer une stratégie de relation client (connaissance du client, gestion du client, satisfaction du client, fidélisation).

Si les secteurs traditionnels du numérique – dont les grands acteurs des télécommunications et de la distribution en ligne, figurent parmi les principaux pourvoyeurs d'emploi, tous les secteurs sont concernés. On observe notamment une forte demande parmi les acteurs traditionnels du conseil, des Media / Publicité / Communication mais aussi d'autres secteurs pour qui la relation client B2C est un enjeu majeur, et tous les secteurs où le développement de la proximité avec le consommateur passe par une stratégie omnicanale.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les titulaires sont en effet insérés dans les activités suivantes :

- Data Analyst / Consultant data
- Business Analyst
- Chef de projet CRM et Data / Manager de la relation client (CRM)
- Web ou Digital Analyst / Consultant Analytics
- Chef de projet Data Marketing

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 947 €

Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique · tension 4/5 (Élevée) M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom · tension 5/5 (Très élevée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	55 177
Jugés difficiles à recruter	42 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au dispositif de certification, y compris par la voie de la VAE, les candidats doivent être titulaires d'une certification de niveau 6 de qualification ou inférieur, ou un titre validant 240 crédits ECTS, avec 3 ans d'expérience minimum (post diplôme hors stage et alternance).

L'inscription se fait après examen du dossier et entretien de recevabilité.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Ce titre est accessible en VAE pour toute personne, quels que soient son âge ou son statut professionnel. Le dispositif est ouvert à toute expérience permettant l'acquisition de compétences directement liées à la certification visée (titre inscrit au RNCP : Répertoire National des Certifications Professionnelles). Néanmoins, un minimum de 5 ans d'expérience est fortement recommandé (post diplôme hors stage et alternance). L'inscription se fait après examen du dossier et entretien de recevabilité.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury et de 3 personnes ne prenant pas part à la formation des candidats et en respectant la parité homme/femme :

- Dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- Dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury et de 3 personnes ne prenant pas part à la formation / l'accompagnement des candidats et en respectant la parité homme/femme :

- Dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- Dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	9 350 €
Selon la branche	7 000 € – 10 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 350 €	Valeur par défaut · 167 branches
10 000 €	CNPE des sociétés financières, CPNE Casinos, CPNE Services de l'eau, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 500 €	CPNE des MFR, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE des Vins et Spiritueux, CPNE des centres de gestion agréés et habilités agricoles, CPNEFP Transformation Laitière
9 992 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité, CPNEFP Régime général de la Sécurité sociale
9 556 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
9 994 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
9 700 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
9 670 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
9 500 €	CPNE Banque
9 055 €	CPNEFP Habillement succursaliste
9 000 €	CPNEFP Commerce à distance
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 728 €	CPNEFP Coopératives de consommateurs
8 711 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 400 €	CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
8 237 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
8 195 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
7 700 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	01/06/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/06/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	60	0	96 %	—
2020	35	0	93 %	93 %
2019	35	4	97 %	93 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP17836

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP17836

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://neoma-bs.fr/formations/mastere-specialise-marketing-et-data-analytics/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36530/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	17 400 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.